

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, sikap penonton Surabaya terhadap tayangan E-News Net TV secara keseluruhan cenderung positif. Jika dilihat per komponen sikap, komponen kognitif responden termasuk dalam kategori jenjang sikap positif. Komponen sikap kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Maka hal tersebut menunjukkan penonton Surabaya cenderung percaya dengan pesan-pesan yang disampaikan pada tayangan E-News Net TV.

Kemudian komponen afektif juga termasuk pada kategori sikap positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa penonton Surabaya cenderung menyukai tayangan E-News Net TV. Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Objek di sini dirasakan sebagai hal menyenangkan atau tidak menyenangkan. Berdasarkan hasil penelitian, E-News sebagai objek sikap dirasakan sebagai hal yang menyenangkan oleh penonton Surabaya. Sebagian besar responden mengaku menyukai tayangan *infotainment* yang tidak mengandung gosip dalam setiap informasinya seperti tayangan E-News.

Lalu berkaitan dengan komponen konatif, terjadi penurunan respon atau jenjang sikap ke kecenderungan sikap netral. Komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi

pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penonton Surabaya memiliki kecenderungan berperilaku atau kemauan yang netral terhadap tayangan E-News Net TV.

Namun, terlepas dari itu tetap ada jawaban responden yang cenderung pada pernyataan tidak setuju pada elemen tertentu. Misalnya salah satu pernyataan komponen konatif mengenai adanya aktivitas lain yang dikerjakan penonton ketika menonton E-News. Hal ini berkaitan dengan perhatian yang diberikan oleh responden sebagai penonton, terhadap tayangan ini. Pada satu pernyataan ini sikap mayoritas responden terindikasi negatif, namun karena sebagian besar pernyataan pada kuesioner memunculkan respon positif, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, sikap penonton Surabaya terhadap tayangan E-News Net TV adalah positif.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran yang utuh bagi penelitian selanjutnya mengenai sikap penonton terhadap suatu program *infotainment*. Selain itu, bagi mahasiswa/mahasiswi yang akan melakukan penelitian mengenai sikap audiens, disarankan untuk menggali lebih dalam lagi fenomena mengenai program *infotainment* yang berbeda agar penelitian tentang program *infotainment* menjadi lebih beragam. Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk membuat penelitian kualitatif untuk membahas lebih dalam lagi mengenai fenomena terkait tayangan *infotainment* semacam E-News Net TV.

### V.2.2. Saran Praktis

Peneliti menyarankan agar Net TV dapat memperbaiki elemen-elemen pada konten yang nilai skor tanggapan responden masih tergolong rendah, seperti segmen '*Real Life*' dengan cara memilih lebih tepat lagi kehidupan sehari-hari selebriti yang akan ditampilkan. Pemilihan selebriti yang memiliki kisah inspiratif atau memotivasi mungkin dapat menarik perhatian penonton lebih baik lagi. Topik yang dibicarakan interaktif pada segmen tersebut hendaknya memfokuskan pada bahasan yang informatif dan positif, contohnya seputar pencapaian prestasi selebriti tertentu yang terlihat dari benda-benda tertentu di rumahnya seperti foto atau piala penghargaan.

Selain itu, bagi stasiun televisi lain yang juga memiliki program *infotainment*, diharapkan dapat terinspirasi oleh tayangan E-News agar bisa membuat tayangan *infotainment* yang tidak mengutamakan gosip pada beritanya. Dengan kata lain, sebagai kontrol agar informasi yang ditayangkan mengutamakan fakta bukan sensasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin.(2013). *Sikap manusia : Teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fedorak, Shirley. (2009). *Pop Culture: The Culture of Everyday Life*. Toronto: University of Toronto Press Inc.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E.B. (1997). *Psikologi Perkembangan : Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Nugroho, B & Imawan, T. (2005). *Infotainment*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta

Syahputra, Iswandi. (2006). *Jurnalistik Infotainment Kancah Baru Jurnalistik Dalam Industri Televisi*. Yogyakarta: Pilar Media.

### **Jurnal**

Vieira, Valter Afonso. (2013). *Stimuli-organism-response framework: a meta-analytic review in the store environment*. *Journal of Business Research*, 66, 1420-1426.

### **Skripsi**

Adiputra, Rudy Bing. (2012). *Sikap Penonton di Surabaya Pada Program Acara Master Chef di RCTI*. Surabaya; Universitas Kristen Petra, Fakultas Ilmu Komunikasi

Naftalie, Alessandra Yunita. (2013). *Sikap Penonton Perempuan Surabaya Terhadap Voyeurism Dalam Infotainment Insert Siang*. Surabaya; Universitas Kristen Petra, Fakultas Ilmu Komunikasi

Oematan, Riny. (2010). *Sikap Penonton Laki-laki Surabaya Terhadap Tayangan Ala Chef di Trans TV*. Surabaya; Universitas Kristen Petra, Fakultas Ilmu Komunikasi

### **Media Internet**

surabaya.go.id. (2016). *Profil Kota*. Diakses pada tanggal 16 Maret 2016

[www.netmedia.co.id](http://www.netmedia.co.id). Diakses pada tanggal 30 Oktober 2016

[www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id). (2016). *Pemenang Anugerah KPI 2016*. Diakses pada tanggal 23 November 2016.

[www.youtube.com/NetEntertainmentNews](http://www.youtube.com/NetEntertainmentNews). (2016). Diakses pada tanggal 15 Desember 2016